

**ЛОКАЛИЗАЦИЯ КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ РОСТА МИГРАЦИИ
ГЕЙМЕРОВ В ВИРТУАЛЬНЫЕ МИРЫ**

Часовский П. В.,

магистрант ЧелГУ,

г. Челябинск, Россия

**LOCALIZATION AS ONE OF THE FACTORS OF THE GROWTH OF
MIGRATION OF GEYMERS INTO VIRTUAL WORLDS**

Chasovsky P.

Graduate student of CSU,

Chelyabinsk, Russia

АННОТАЦИЯ

Рассматриваются особенности локализации компьютерных игр, ее влияние на качество сетевых многопользовательских игр, или виртуальных миров. Автор поднимает проблему бегства от реальности в виртуальные миры.

ABSTRACT

The article considers the peculiarities of computer games' localization, its affect the quality of network multiplayer games or virtual worlds. The author analyzes the problem of escape from the reality in virtual worlds.

Ключевые слова: Виртуальные миры, локализация, миграция, идентичность

Key words: virtual worlds, localization, migration, identity

На сегодняшний день темп нашей жизни в очередной раз достиг своего потолка. Огромные информационные потоки, потребность в переработке гигантского количества информации, обширные межкультурные связи и открывшиеся в связи с этим широкие возможности для путешествий наполнили нашу жизнь. Все эти особенности развития информационного общества несут с собой как плюсы, так и минусы. На наш взгляд, один из

крупнейших минусов современности – миграционные потоки. Некоторые люди отправляются в соседние страны или пересекают океан в поисках лучшей доли, пытаются найти счастье в мегаполисах или «убегают» в сельскую местность, а некоторые меняют миры. Так, еще в 2005 году американский экономист и исследователь виртуальной реальности Э. Кастронова выпустил книгу под названием «Бегство в виртуальный мир», где описывает десятки случаев настоящей миграции пользователей Интернета, и в особенности геймеров, в виртуальные или синтетические миры [1, 27]. Но давайте разберемся в первую очередь, что такое миграция и возможно ли назвать повальное увлечение компьютерными играми и прочие процессы, связанные с компьютерно-игровым пространством – миграционными?

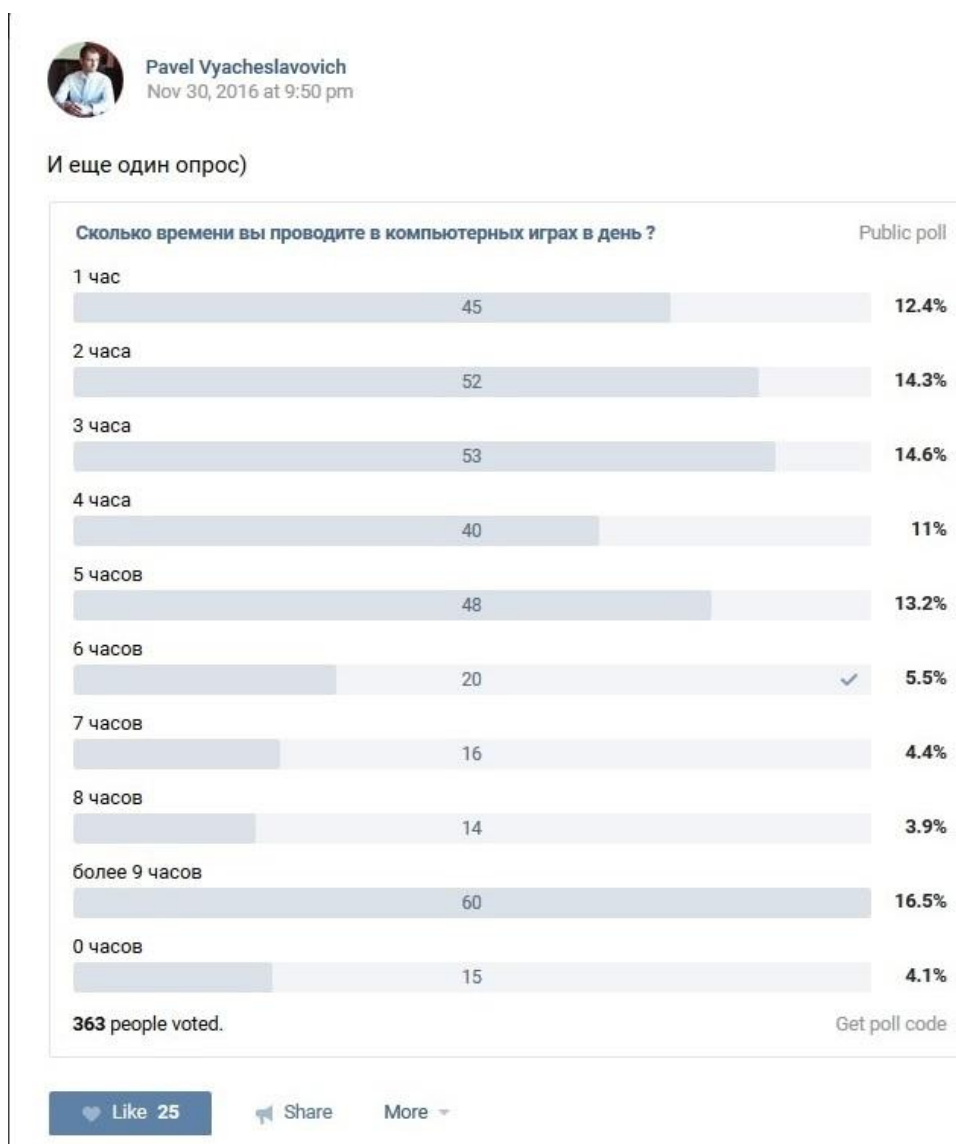
Так, миграция – это «перемещение людей, работников, связанное, преимущественным образом, с изменением места жительства и места работы» [2, 479]. Является ли проведение большей части свободного времени миграцией, ведь ключевые слова – изменение места жительства и места работы. Работа и место жительства в реальном мире у пользователя остаются неизменными, человеку нужно где-то спать, есть, справлять естественные потребности, более того необходимы финансовые средства для создания игрового места (компьютер, стол, стул), для оплаты интернета и, при наличии такой, для оплаты ежемесячной подписки на игру или игры. С другой стороны, можно ли считать жизнью автоматическое выполнение рутинных обязанностей для поддержания физической активности тела только для того, чтоб каждый день с головой окунать в мир виртуального общения и сетевых баталий? Какое количество часов, проводимых онлайн возможно считать минимальным порогом, перешагнув который, пользователь «мигрирует» в виртуальный мир? Этому вопросу посвящено наше социологическое исследование.

Нами проведен он-лайн опрос в сети «Контакт» . В опросе приняло 363 человек – молодежь, увлекающаяся компьютерными играми.

Исследование показало, что 20,4% опрошенных проводят за компьютером, играя в компьютерные игры, 8 и более часов. Учитывая, что на сон человек тратит в среднем 8 часов, то из оставшихся в сутках 16 часов, трата половины или даже больше оставшегося времени приходится на погружение в компьютерные игры, что, на наш взгляд, является ничем иным как самой настоящей миграцией в виртуальные миры. Такая ситуация не может не беспокоить, ибо, как показывает исследование, лишь 4,0% опрошенной молодежи не играет в компьютерные игры. (См. Таблицу 1).

Таблица 1

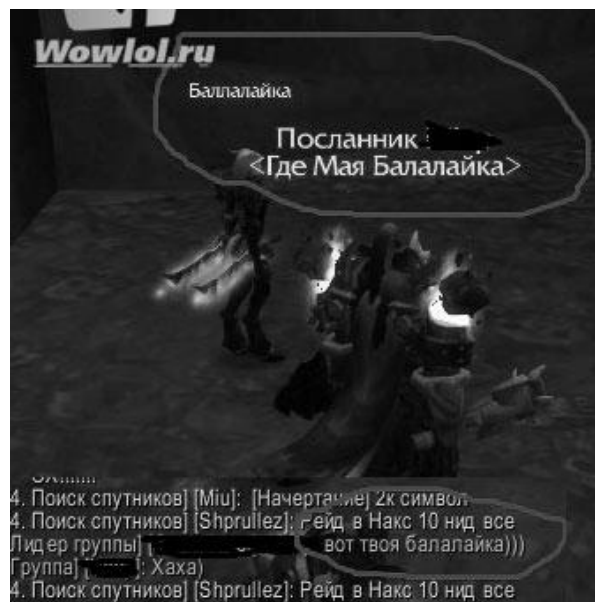
Время, проведенное респондентами за компьютером (в % к числу опрошенных)



В исследовании нас интересовал вопрос о том, что привлекает пользователей в компьютерных играх, в особенности в играх типа ММОПГ [3, 65]. Мы учитывали графику компьютерной игры, физику, баланс, проработку истории мира, количество геймеров и стран-участниц проекта. Но так как большинство социально привлекательных игр принадлежат западным странам, основной рабочий язык практически всех игр – английский. И нам, как лингвистам, было интересно также отследить адекватность перевода или же локализацию компьютерных игр, а также проанализировать насколько сильно влияет качественная локализация на популярность того или иного виртуального мира.

Для анализа мы выбрали пару наиболее популярных игр, таких, например, как WOW – World of Warcraft (от англ. world — мир; warcraft — военное ремесло; Мир Военного Ремесла) — многопользовательская ролевая онлайн-игра, созданная компанией Blizzard Entertainment [4]. Несмотря на то, что сервера распределяются по регионам, имеются в наличии отдельные сервера, к примеру, для русских или американцев, пользователь может выбрать для игры любой регион. В каждом регионе будет доступен свой язык, причем перевод выполнен очень качественно. Более того, учитывается национальный менталитет, создаются так называемые пасхальные яйца, имена персонажей в квестах (в локации Шаттрате есть нейтральный персонаж с именем "Псения Собчак") или наличие характерных культурологических особенностей (оружие «балалайка») (См. Рис. 1).

Рис.1



После анализа перевода игры с английского на русский, нами был сделан вывод о том, что данный перевод несомненно добавляет популярности игре среди русскоязычного населения. Анализ рисунка 1 показывает, что при сохранении игровых реалий переводчики сумели добавить национальный коллорит, что, несомненно, повлекло за собой повышение рейтинга игры. Тогда как в некоторых играх перевод на русский язык выполнен на уровне гугл-переводчика.

Так как виртуальные миры – это, в первую очередь, бизнес - проекты, где весь процесс игры ориентирован на получение максимального количества прибыли (и «привящки» новых игроков разнообразными мероприятиями, социальными бонусами и акциями), то сложно ожидать от разработчиков готовности внести изменения в игры с целью, если не остановить, то хотя бы замедлить уровень миграции пользователей в виртуальные миры. Владельцам компьютерных игр так же невыгодно вводить в игру напоминания о реальном мире, как владельцам казино делать окна или вывешивать на стены часы.

Но, на наш взгляд, в условиях развития современного информационного общества и рыночных условий, повлекших за собой высокое качество предоставляемых услуг, примером служит отличная локализация многопользовательских онлайн игр, которая привлекает

молодежь, уводя ее из реального в виртуальный мир. Единственным выходом из сложившейся ситуации является встроенное в игру напоминание о реальном мире. Так как ни запреты, ни повышение цены на компьютерные игры не помогут молодежи избежать искушения виртуальных миров.

Список литературы

1. Castranova Ed. Synthetic Worlds by The University of Chicago Press. 2005
2. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б.. Современный экономический словарь. — 2-е изд., испр. М.: ИНФРА-М. 1999.
3. Часовской П.В. Семиотика «Easter eggs», или Игровое начало в компьютерных играх // Вестник № 36 (290) Выпуск 72. — Челябинск: ЧелГУ, 2012. — С. 63-67
4. https://ru.wikipedia.org/wiki/World_of_Warcraft